

УДК 366.636(476.4)

## **РОЛЬ МОГИЛЕВСКИХ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В ФОРМИРОВАНИИ ЖИЗНЕННЫХ ПОЗИЦИЙ МОЛОДЕЖИ**

*А. И. Выскребцев,  
курсант факультета милиции Могилевского института МВД  
Научный руководитель: В. Д. Выборный,  
профессор кафедры социально-гуманитарных дисциплин  
Могилевского института МВД,  
кандидат исторических наук, доцент*

Областные СМИ обладают огромным потенциалом воздействия на формирование жизненных позиций молодежи. В систему печатных средств массовой информации Могилевской области входили 27 государственных газет и 28 негосударственных печатных изданий, а также целый ряд отраслевых многотиражных газет предприятий и учреждений образования [1, с. 13–14]. Но они недостаточно реализуют свои возможности. На это указала, по данным опроса, проведенного МИРСПИ, основная масса молодых людей (77,4 %). Основными причинами, по мнению респондентов, являются: во-первых, недостаточная еще развитость региональных средств массовой информации; во-вторых, то, что в основном их роль заключается только в информировании населения региона; в-третьих, отсутствие специализированных программ и публикаций, посвященных проблемам молодежи (а те, которые и создаются, проблемы молодежи рассматривают в основном через призму взглядов старшего поколения [2, с. 14–17].

Среди множества СМИ, по мнению юношей и девушек, проводит работу по формированию жизненных позиций молодежи областное телевидение (51,8 %) [2, с. 13–15; 3, с. 3–10]. На втором месте областные и районные газеты (37,4 %). Третьим источником выступают информационно-новостные сайты (26,3 %). А вот на социальные сети указали только 14,1 % опрошенных молодых людей. Респонденты не в полной мере оценили работу областного радио (15,0 %) [3, с. 3–10].

Среди претензий, выдвигаемых молодыми респондентами к региональным СМИ, можно выделить недостаточность освещения жизни молодежи (27,8 %) и интересных исторических фактов (25,5 %). Респонденты считают нужным получать информацию: о туристических маршрутах региона (19,5 %), о культурной жизни и о юных талантах Могилевщины (19,10 % / 12,6 %), об известных уроженцах региона (8,0 %), о народных мастерах и умельцах (25,7 %).

Им интересно получить интервью с деятелями культуры и искусства (20,15 %), принять участие в научных и интеллектуальных передачах (25,8 %) [4, с. 18–22; 4, с. 282–285].

Исследование показывает, что необходимо с учетом пожеланий молодежи разнообразить работу СМИ по формированию жизненных позиций могилевской молодежи.

### **Список основных источников**

1. Деятельность средств массовой информации полиграфических предприятий Могилевской области в 2014 году : отчет о работе главного управления идеологической работы, культуры и по делам молодежи Могилевского облисполкома в 2014 году по направлениям деятельности. – Могилев, 2014. – 38 с. [Вернуться к статье](#)

2. Информационное пространство Беларуси как объект социологического анализа: региональный аспект : отчет о НИР / Н. Е. Лихачев, Могилевский институт региональных социально-политических исследований. – 2012, № Г.Р. 20122130. – 60 с. [Вернуться к статье](#)

3. Отчет об итогах работы УКП «Могилевский институт региональных социально-политических исследований» (УКП «МИРСПИ») за 2012 год работы / Н. Е. Лихачев, Могилевский институт региональных социально-политических исследований. – Могилев, 2012. – 14 с. [Вернуться к статье](#)

4. Выборный, В. Д. Могилевская региональная пресса и ее роль в жизни области / В. Д. Выборный // История, философия, политика, право : научные труды преподавателей гуманитарных дисциплин / Могилевский гос. ун-т продовольствия ; БИП – Ин-т правоведения. – Могилев, 2014. – Вып. 6. – С. 18–22. [Вернуться к статье](#)

5. Выборный, В. Д. Влияние региональных СМИ на процесс формирования национального самосознания подрастающего поколения / В. Д. Выборный // Этнічная, моўная і культурная разнастайнасць у сучасным грамадстве. – Магілёў: МДУХ, 2014. – С. 281–285. [Вернуться к статье](#)